8 marzo, festa della donna

ILLUSTRAZIONE DI STEFANIA MANZI

70

anni fa la prima mimosa

Il fiore simbolo della Giornata internazionale della donna, appare per la prima volta l'8 marzo 1946. «La scelta della mimosa - racconta Vittoria Tola, presidente dell'Udi (Unione donne in Italia) - è di Teresa Mattei e Marisa Rodano. Soldi per i fiori non ce n'erano ma la mimosa è selvatica»

Il linguaggio

Siamo rimasti fermi alla visione che c'era negli Anni 50 ma anche negli Usa si ironizza su Hillary

L'aspetto fisico

Con me in camerino si truccavano colleghi uomini: la vanità unisce i sessi e non conosce barriere

Intervista

VITTORIO SABADIN
ROMA

Lo speciale on line

L'illustrazione dello speciale lastampa.it con Monica Maggioni

MONICA MAGGIONI

"C'è un'ultima barriera I luoghi comuni"

Il presidente Rai risponde ai lettori de "La Stampa" "La donna nella versione politica e potere non è accettata"

La pubblicazione su «La Stampa» di un articolo che conteneva apprezzamenti sulla pettinatura e sulle «guance rubizze» della Cancelliera tedesca Angela Merkel ha causato la reazione di alcuni lettori, che lamentavano i continui riferimenti riservati dai media all'aspetto fisico delle donne, un trattamento dal quale gli uomini sono risparmiati. Abbiamo così sollecitato i lettori a inviare al sito web del giornale le loro considerazioni sulla discriminazione di genere nel giornalismo e chiesto alla presidente della Rai, Monica Maggioni, di rispondere. Lo stesso era avvenuto tempo fa con le domande poste dai lettori al poeta siriano Adonis dopo le aggressioni alle donne di Colonia.

Monica Maggioni è stata una delle prime inviate di guerra del Tg1 sul fronte iracheno, conduttrice del Tg1 e direttrice di Rainews 24. E' forse la persona più adatta a parlare della discriminazione di genere nei media.

Una lettrice, Beatrix Napoleone, scrive che la descrizione della Merkel rappresenta un esempio di sciovinismo: non è forse bella, ma merita rispetto.

«Credo che, se un giornalista incontra una persona, sia inevitabile che dedichi un po' di spazio a descriverla: in una personalità ci sono sempre elementi esterni che hanno un valore. Ma è indubbiamente vero che questa possibilità sembra diventare imprescindibile quando il soggetto che s'incontra è una donna. Al suo aspetto esteriore, se è grassa o magra, se è vestita bene o male, si dedica attenzione. C'è una dominante di sguardo che viene raramente riservata agli uomini».

I luoghi comuni sulle donne sono duri a morire, scrive Elisa Malizia. Le atlete e le scienziate sono «belle e brave», le donne impegnate in politica sono «pasionarie» o suffragette.

«Ha ragione. Il linguaggio stereotipato è un grande problema dell'informazione italiana e i luoghi comuni abbondano, soprattutto nei riguardi delle donne. Questo sguardo diverso sulle donne sembra una barriera impossibile da demolire. E' incredibile, se si pensa a come l'evoluzione del mondo femminile sia stata straordinaria in questi ultimi anni. Eppure, anche nel linguaggio, siamo fermi alla visione delle donne che c'era negli Anni 50».

Gianni Celata e Flavia Marzano, due altri lettori, pensano che non ci sia nulla da fare: siamo un Paese sciovinista e questa è una caratteristica italiana.

«Non credo che sia così, perché siamo in ottima compagnia. Basta pensare agli apprezzamenti che negli Stati Uniti si fanno su Hillary Clinton. Ma noi ci mettiamo del nostro. Abbiamo un'eredità culturale difficile da sradicare: la donna nella versione "politica e potere" non è accettata».

A questo proposito, Luigi Bentivoglio scrive che i discutibili apprezzamenti rivolti alle donne in politica sono figli di un clima creato da Berlusconi. E' lui che ha cominciato, piazzando le donne del capo.

«No, questa è una pessima eredità del nostro Paese che Berlusconi ha amplificato, ma non creato. Accadeva anche prima, a causa della nostra arretratezza culturale. La donna del capo è sempre stata uno stereotipo della politica. Si fanno ammiccamenti stupidi, pensando forse di essere simpatici, ma di simpatico c'è ben poco e spesso si colpiscono donne molto in gamba. Lo sguardo degli avversari politici va anche qui alla dimensione femminile e, a volte, la giovane età diventa un ulteriore elemento a detrazione».

Un altro lettore, Osvaldo Paglietti, ha giudicato irriguardosa la descrizione di una cantante di Sanremo comparsa su «La Stampa».

«Credo che le donne dello spettacolo debbano restare fuori dai canoni. Se non ricevono critiche sgradevoli e becere, è giusto occuparsi del loro aspetto esteriore, al quale dedicano tempo e attenzioni proprio per farsi notare».

Marco Marchetti dice che all'aspetto tengono molto anche alcune conduttrici di tg della Rai, Mediaset e La7. A volte si vestono e si truccano come se l'aspetto fosse più importante di ciò che dicono.

«Ho fatto la conduttrice e sono stata per ore in camerino a farmi truccare insieme con i colleghi maschi. Posso assicurare che anche loro sono altrettanto interessati all'aspetto esteriore. La vanità unisce i sessi e non conosce barriere».

Citando un editoriale di Emanuele Felice, che ricordava come l'Italia sia al 63° posto su 136 Paesi nell'indice di differenza di genere, la lettrice Laura Buzio dice che i media potrebbero fare qualcosa. E li invita a cominciare non indicando più nei titoli la nazionalità di chi è protagonista di un fatto di cronaca.

«Si può certamente cominciare, cercando di ridurre il numero di "esperti" maschi che vengono intervistati o invitati in tv, chiamando anche donne che non sono certamente meno esperte. E sarà un gran giorno quello in cui non leggeremo più titoli nei quali si dice che un incidente stradale è stato provocato da uno straniero. Gli imbecilli, anche alla guida, sono tutti uguali».

BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

Presidente Rai
Monica Maggioni è stata inviata di guerra e conduttrice del Tg1

ANSA

Alla Camera

«Genere femminile e media - L'informazione sulle donne può cambiare» è il seminario organizzato dalla Presidente della Camera Laura Boldrini cui partecipano la Presidente dell'Accademia della Crusca, Nicoletta Maraschio, Mario Calabresi, direttore di *Repubblica*, Luigi Contu, direttore dell'Ansa, Antonio Di Bella, direttore di Rai News, Antonio Polito, vice direttore del *Corriere della Sera*, Marcello Sorgi, editorialista della *Stampa*, Sarah Varetto, direttrice di Sky Tg24

il caso

NADIA FERRIGO

La ricerca: i media alimentano la mistica della femminilità

Il Global Media Monitoring Project: ma in rete c'è più parità

Centinaia di volontari e volontarie in oltre 130 Paesi del mondo si sono riuniti per il V Global Media Monitoring Project, la più grande ricerca sulla rappresentazione di genere nei mezzi d'informazione. La prima edizione, nata nel 1995, rivelò che solo il 17% delle persone nelle notizie - intervistate o protagoniste - erano donne. Vent'anni dopo, la media ha raggiunto il 24%. La sfida è ancora aperta: una società che non racconta e quindi non conosce se stessa difficilmente può rispondere alle aspirazioni di tutti i suoi cittadini. Chi resta fuori dall'informazione, non esiste. E in Italia? Il progresso c'è - dal 7 % del 1995 al 21 % del 2015 – ma oltre a essere ancora sotto la media globale, è troppo lento: di questo passo serviranno più di 40 anni per raggiungere la parità di genere.

Per il nostro Paese il monitoraggio è stato coordinato da Claudia Padovani, dell'università di Padova, e Monia Azzalini, dell'Osservatorio di Pavia. Il primo dato che balza agli occhi è che quando si parla di genitori, più di sette volte su dieci le donne sono protagoniste. Se però ci si sposta sui politici la percentuale precipita al 15%, al 25% per ricercatori e accademici e al 21 per giudici e legali. E dire che le donne in magistratura hanno superato gli uomini. «In tutte le professioni dove ci si afferma con titoli e meriti, le donne raggiungono e a volte superano i colleghi – spiega Azzalini -. Il problema sta nei ruoli di vertice: le donne hanno meno prestigio e autorevolezza, anche perché devono ancora scontare il fardello degli anni passati. In politica per esempio la visibilità si dimezza rispetto alla rappresentanza». La musica cambia quando si parla di donne come vittime: una donna su quattro fa notizia, contro il 9% del campione maschile. «L'istituzione deputata a tutelare il pluralismo sociale dovrebbe essere l'Agcom: uno dei problemi più ricorrenti in tv è l'immagine fuorviante che si dà della donna, non solo per la rappresentazione superflua del corpo - continua Azzalini -. Spesso i media contribuiscono ad alimentare la mistica della femminilità, con un ideale irreale di eterna gioventù e snellezza: ecco perché registriamo un drastico calo delle donne invitate come fonti e opinion leader».

Ricercatrice
Monia Azzalini, Osservatorio di Pavia

Qualcosa però si muove. Da quattro anni l'Osservatorio di Pavia realizza in collaborazione con la Rai un monitoraggio sulle trasmissioni della tv pubblica: nel 95% dei programmi «è stata riscontrata una rappresentazione rispettosa delle donne». Il cambiamento può arrivare anche da chi dà le notizie: nonostante le giornaliste siano sempre più numerose - oltre il 40% nel 2014 -, non riescono ancora a sfondare il cosiddetto soffitto di cristallo. Non solo: sono meno presenti in economia, politica, esteri. «Se a dettare l'agenda sono sempre gli uomini, il circolo vizioso non si spezzerà mai – conclude Azzalini -. Il digitale è il media più inclusivo per le donne: il mondo dell'editoria sta cambiando, perché non approfittarne?».

BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

VkVSlyMjVm9sb0Vhc3lSZWFkZXJfQ2VplyMjbSSjYWxpcGFyaSMjl0xhIFN0YW1wYSMjIzA4LTAzLTIwMTYjIyMyMDE2LTAzLTA4VDExOjI2OjM2WiMjI1ZFUg==